

УДК:658.5

Проблеми внутрішнього середовища підприємства

Т.В. Бобочка¹**Н.М. Глевацька, к.е.н.,***Кіровоградський національний технічний університет*

Внутрішнє середовище є джерелом життєдіяльності підприємства (фірми), що містить в собі той потенціал, який дає можливість йому функціонувати, а відповідно, існувати і виживати в певному проміжку часу. Проте внутрішнє середовище може бути також причиною виникнення проблем і, навіть, банкрутства підприємства, якщо воно не забезпечує необхідного його функціонування.

Дану тему досліджували І. Ансофф [16, стр. 67-68], Уварова В.В. [29, стр. 80-81], Киндрацка Г.И. [23, стр. 34-35], Янковський Н.А. [30, стр. 111-112]. Але найбільш широка та різнобічна класифікація чинників внутрішнього середовища була викладена Віханським О.С. [17, стр. 77-78].

Організація — це відкрита система, цілісність і життєздатність якої забезпечується завдяки елементам, з яких вона формується. Сукупність цих елементів становить внутрішнє середовище організації. Його проектування і створення відбувається з огляду на специфіку діяльності організації, кола споживачів, ринкової кон'юнктури, умов господарювання тощо. Система менеджменту при формуванні внутрішнього середовища організації має забезпечити відповідність характеристик його найважливіших складових умовам зовнішнього середовища, в яких організація функціонує.

Багато підприємств не є самодостатніми та успішними саме через нестабільне внутрішнє середовище, та проблеми що виникають у ньому.

Отже, які основні компоненти є складовими внутрішнього середовища будь-якого підприємства? Це: ціль, мета яку переслідує підприємство, структура самого підприємства, технологія та ресурси. Найголовнішим складником є звісно люди, але в той же час є суперечності, тому що вони виступають і організаторами (ідеологами, новаторами) і також ресурсами (як робоча сила, інтелектуальна праця).

По-перше, мета є визначальною, бо без неї немає сенсу в існуванні організації. Кінцевим результатом організації є об'єднання заради мети і досягнення її різними методами та шляхами. Часто мета, ціль яку ставить перед собою організація є недосяжною через брак коштів, ресурсів, умінь, навичок, можливостей або ж взагалі не є актуальною. Наприклад, метою є отримання коштів швидко і без великих затрат, за наявності великих яблуневих садів та приміщень краще займатися соком чи карамелізацією, сушкою, суфлюванням фруктів, ніж спилати їх на дрова задля вкладання в інший бізнес. Це і є недоречне використання ресурсів і можливостей задля мети. Треба співставляти цінність мети, ресурсів та можливостей.

Правильно обрана місія підприємства має велике значення для розвитку підприємства. Вибір місії фірми — це перший крок на шляху до процвітання або банкрутства. Щоб ефективно функціонувати у конкурентному середовищі, підприємство на основі своєї місії повинно чітко сформулювати стратегію розвитку та мету виробничо-господарської діяльності. Стратегічні планові програми розробляються таким чином, щоб не лише залишатися актуальними протягом тривалого періоду часу, тобто підтримувати зрілий (стабільний) розвиток підприємства, але бути достатньо гнучкими, щоб при необхідності можна було б здійснювати їх модифікацію та переорієнтацію. Щодо напрямку діяльності підприємства, то він повинен відзначатися стабільністю протягом тривалого часу, оскільки усе стратегічне планування орієнтується на довготермінову перспективу.

¹ студ. Кіровоградський національний технічний університет

Науковий керівник: Глевацька Н.М., канд. екон. наук, доц. Кіровоградський національний технічний університет

Другим складником є структура, за наявності погрішностей у формуванні та існуванні системи, вона буде схожою на підсліпкувату, чи глухувату або взагалі не ходячу людину, залежно від того де є проблема.

Внутрішнє середовище організації представлено функціональними сферами, які є загальними для всіх типів організації.

Кадрова функція - це забезпечення виробничої та інших сфер людськими ресурсами (найм, підготовка та перепідготовка). Виконання всіх управлінських дій, які пов'язані з соціальною сферою: оплата, добробут і умови найму.

Фінанси та бухгалтерський облік - це грошові аспекти бізнесу, в тому числі управління засобами (витрати, зміна грошової маси). Бухгалтерський облік - збір, обробка та аналіз фінансових даних.

Забезпечення ресурсами - здійснення та удосконалення системи матеріально-технічного забезпечення організації матеріалами, напівфабрикатами, машинами та енергетичними ресурсами.

Виробнича функція - забезпечення функціонування виробничого процесу в залежності від мети виробничої функції. Прийняття рішень у сфері технологій, організації, календарного планування, виробництва, а також контролю якості (всі ці багато-чисельні завдання входять в оперативно-виробниче управління).

Функція розвитку продукту та процесу виробництва - це організація проведення досліджень і розвитку процесів, розробка високих технологій, комп'ютеризація (удосконалення організації процесів). Вивчення довготермінової динаміки розвитку продукту, як основного фактора конкуренції на ринку, здійснення інноваційної політики фірми.

Функція розвитку матеріально-технічного забезпечення виробництва - це розвиток інструментального господарства, ремонтних служб та служб технічного оснащення з метою забезпечення раціональних термінів фізичного та морального зносу технічних систем.

Маркетинг - це особливий вид діяльності з прогнозування, здійснення, виявлення та задоволення бажань споживача. Виконання цих функцій для однієї організації називають мікромаркетингом, у цілому для суспільства - макромаркетингом. Вивчаючи поведінку покупців, варто враховувати їх соціальні, психологічні, культурні, освітні, вікові та інші фактори. Вони визначають необхідність створення продукту, проблему пошуку інформації про нього, оцінку альтернатив, приймають рішення щодо купівлі продукту та оцінюють його якість при експлуатації.

Кожна з цих функцій важлива і повинна виконуватися. Ієрархія, зв'язки між відділами та їх взаємодія мають бути продумані та оптимізовані, задля раціонального використання наявних ресурсів та можливостей. Тобто досягнення мети при мінімальних затратах. Також правильна структура організації забезпечує економію часу що є надзвичайно важливо.

По-третє, технологія - це засіб перетворення сировини в певні продукти та послуги. Вона передбачає поєднання кваліфікованих навичок, обладнання, інфраструктури, інструментів і відповідних технічних знань, які необхідні для здійснення бажаних перетворень у матеріалах, інформації чи людях.

Будь-які виробничі завдання не можуть бути виконані без використання конкретної технології. Вона виступає як засіб перетворення матеріалу, що надходить на вході виробничого процесу, у форму, яку отримують на виході.

Важливе місце в технології займає стандартизація і механізація, які значно знижують витрати виробництва і ремонтних робіт, тому що передбачають використання машин і механізмів замість людей. Застосування у виробництві стандартних вузлів, заміна людей механізмами і використання конвеєрних ліній змінили службові обов'язки менеджерів, що у свою чергу вплинуло на саму суть управління виробництвом.

І найголовніше, це люди які є засновниками і які працюють в організації. Ті хто подають ідею організувати певну підприємницьку діяльність, вони і є відповідальними за постановку мети та структурування, а працівники відповідають за вчасне, совісне виконання

своїх обов'язків та необхідного, покладеного на них об'єму роботи. Відповідно кожен із працівників є важливою складовою, без якої може зупинитися весь механізм, система без важливої складової не спрацює як одне ціле. Тому тут важливо підібрати персонал відповідно до вимог саме вашого підприємства.

Ще один із прикладів дослідження внутрішнього середовища підприємства:

Підбиваючи підсумок, треба навести показники, які можна використати для аналізу внутрішнього середовища підприємства чи організації.

1. Загальні характеристики підприємства:

- імідж підприємства, наявність чітко визначених цілей та стратегій;
- рівень самостійності підприємства (форма власності);
- конкурентоспроможність підприємства, можливість конкуренції з вітчизняними та зарубіжними організаціями;
- “оптимальність розмірів” підприємства (рівень концентрації);
- складність і гнучкість виробничої системи (рівень спеціалізації та можливості виробничої диверсифікації);
- профіль виробничого потенціалу (цільова оцінка);
- фаза “життєвого циклу” підприємства та його окремих частин;
- капітало-, науко-, трудомісткість та ін. продукції;
- додана вартість продукту.

Наведений як приклад перелік факторів, що використовуються для стратегічного аналізу, не вичерпує їхньої кількості, однак на практиці навіть ці показники не використовуються всі разом через великий обсяг робіт, пов'язаних зі збиранням і обробкою інформації для їхніх розрахунків. Кожне підприємство має розробляти свої методичні засади для аналізу власного внутрішнього середовища, які б відбивали його особливості, розширюючи чи звужуючи в разі потреби відповідні групи факторів. Головна мета при цьому — визначення “критичних точок” у функціонуванні та управлінні підприємством, які стають основою для встановлення пріоритетів у розв'язанні стратегічних проблем.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

9. Багиев Г. Л. и др. Маркетинг: Учеб. для вузов/ ГЛ. Багиев, В. М.Тарасевич, Х. Анн; Под общ. ред. Г. Л. Багиева. -М.: ОАО “Изд-во Экономика” - 1999.-703 с.
10. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская инициатива: Пер. с. фр.-СПб: Наука, 1996
11. Основы менеджмента и маркетинга: Учеб. пособие/Под ред. Р. С.Сегедова.-Минск: Высшейш. шк., 1995.-382 с.
12. http://studopedia.com.ua/1_195705_vnutrishnie-seredovishche-pidpriiemstva.html